

Возможный путь – предложить генеральному директору МАИК/Интерпериодика А.Е. Шусторовичу принимать хотя бы некоторые материалы региональных научных журналов для своего коммерческого распространения (сотрудники МАИК/Интерпериодика будут переводить материалы журналов и зарабатывать за счет международной подписки на них, а регионалы получат продвижение своих идей).

Полагаю, что рассылка академических журналов должна осуществляться не только членам соответствующей Секции экономики РАН, авторитетным ученым, в библиотеки ведущих университетов, вузов и академических институтов страны, но и в Администрацию Президента РФ, Правительство России, Федеральное Собрание, Государственную думу, Общественную палату РФ, в органы законодательной, исполнительной и муниципальной власти регионов, влиятельным политическим партиям, зарубежным коллегам, крупным промышленным компаниям – будущим потенциальным партнерам и др.

При этом основная задача журналов должна оставаться прежней – пропаганда научных исследований и достижений в различных сферах общества.

И последнее.

Что необходимо сделать сегодня для улучшения качества научных журналов?

Сегодня даже журнал «Вопросы экономики» имеет импакт-фактор РИНЦ – 3,059. Он не переводится на английский язык и не входит в международные базы цитирования. Но за плечами журнала – была и остается авторитет-

ная фигура Леонида Ивановича Абалкина, его богатейший опыт и популярность.

Тем не менее прирастать Академия наук новыми научными журналами может, главным образом, за счет регионов. И вопрос повышения качества этих изданий – насущная потребность времени. И здесь процесс может идти сразу по нескольким направлениям:

- более широкое привлечение в качестве авторов статей научных сотрудников, экспертов и преподавателей университетов из других стран и регионов;
- обязательное введение в практику работы редколлегий «слепого» (анонимного) рецензирования статей;
- введение в журналах рубрики статей не по объектам, а по методам исследования, максимальное приближение их к реальной социально-экономической действительности России;
- проведение читательских конференций, выставок, круглых столов, презентаций;
- оперативное размещение свежих материалов и журнальных обзоров в интернет-пространстве и региональной прессе;
- перевод изданий на иностранный язык и их распространение по зарубежным каналам подписки.

Разумеется, все это не исчерпывает тематики сегодняшнего совещания. Поэтому надеюсь на Ваше дружеское участие в важном разговоре и коллективном поиске «света» в темном коридоре.

Поступила в редакцию 1 декабря 2011 г.

В.В. Радаев

НИУ ВШЭ, Москва

Электронный журнал: специфика работы и анализ аудитории

Уходят в прошлое времена, когда электронные журналы рассматривались как облегченный вариант бумажного («настоящего») журнала. Успешных примеров электронных журналов пока не так много, но они показывают, что такого рода издания способны встать вровень с конвенциональными изданиями, сохраняя при этом некоторые важные особенности и преимущества. Рассмотрим специфику работы электронного журнала и опыт анализа читательской аудитории на примере журнала «Экономическая социология».

Специфика и преимущества электронного журнала

Первые электронные журналы в России создавались на рубеже нового тысячелетия «на вырост» в то время, когда интернет-аудитория была довольно ограниченной. В 2000 г. число интернет-пользователей составляло 3,6% городского населения России. По данным фонда «Общественное мнение», 56% горожан вообще не слышали об Интернете. Время скачивания 1 Мб составляло около 10 минут (поэтому приходилось удерживать объем номера в пределах 1,2 Мб и делать выносные приложе-

ния); основным средством переноса информации были 3,5-дюймовые дискеты. Сейчас многие из перечисленных вещей воспринимаются с улыбкой. Технические ограничения доступа к электронным журналам сняты, а наличие электронных версий журнала (или хотя бы наличие аннотаций на сайте) превратилось из экзотики в обязательное требование для всякого издания. Лучшие электронные журналы перестают рассматриваться научным сообществом как своего рода «недоиздания» и в них начинают видеть перспективу развития журнального дела.

Соблюдая принципиальное единство академических и издательских требований к обычным журналам, электронные издания имеют свои заметные преимущества перед бумажными собратьями.

Главное преимущество электронного журнала – доступность для читателя ВСЕХ номеров журнала! Можно в любой момент получить доступ ко всем номерам журнала или держать их под рукой в своем компьютере. Ссылки на журнальные статьи легко интегрируются в виртуальные тексты и электронные учебные программы, используются в *Learning Management Systems*. **К этому добавляется** точное знание реального «тиража» каждого номера. Он измеряется по числу скачиваний пользователями полного номера (см. цифры ниже). Этот тираж, в отличие от обычного журнала, не фиксирован, он растет постоянно с каждым годом и различается по отдельным номерам, что позволяет, помимо прочего, определять фокусы читательского интереса на статистическом уровне. Установленные счетчики скачивания позволяют довольно детально измерять объем и структуру читательской аудитории в целом и по каждому отдельному номеру.

Электронный журнал более экономичен. Редакционно-издательские расходы здесь аналогичны бумажному изданию. Но за счет отсутствия расходов на тиражирование, издержки на издание электронного журнала уменьшаются по сравнению с конвенциональным журналом примерно в два раза.

Наконец, электронный журнал предоставляет читателю дополнительные сервисы: возможность поиска по ключевым словам; быстрый просмотр всех номеров по выделенным рубрикам, получение статистики и пр.; сетевая рассылка постоянным читателям журнала; интерактивные формы общения с читателями.

Журнал «Экономическая социология», о котором пойдет далее речь, не имеет бумажной версии. Он создавался и продвигался именно как электронный журнал, чтобы дока-

зать, что данный формат не только не является вторичным, но может состязаться с лучшими бумажными журналами, а со временем и превзойти многие из них.

Портрет электронного журнала

Электронный журнал «Экономическая социология» издается с 2000 г. Учредителями являются Национальный исследовательский университет – Высшая школа экономики (с 2007 г.) и Вадим Валерьевич Радаев (главный редактор).

С первого номера цель журнала – утверждать международные стандарты экономико-социологических исследований, представлять современные работы российских и зарубежных авторов в области экономической социологии, информировать профессиональное сообщество о новых исследовательских проектах, вовлекать в профессиональное сообщество молодых коллег, а также обмениваться опытом преподавания социально-экономических дисциплин. В каждом номере даются переводы – в основном речь идет о «современной классике» – наиболее известных работ 1990–2000 гг. Все рубрики постоянные и содержатся в каждом номере.

Журнал остается единственным в России специализированным академическим изданием в области экономической социологии и занимает в ней ключевые позиции. В нем публикуются материалы, отражающие современное состояние экономической социологии и способствующие развитию данной области в ее современном понимании.

Доступ ко всем номерам журнала – постоянный, свободный и бесплатный по адресу <http://www.ecsoc.hse.ru>. Каждый номер содержится в едином файле (10–12 печатных листов в PDF-формате).

Журнал выдерживает все требования к академическому периодическому изданию. Номера проходят полный цикл редакторской обработки и корректуры. Выдерживается единый стандарт оформления материалов. Верстка журнала выполнена профессиональным дизайнером-верстальщиком. С 2008 г. введено обязательное двойное анонимное рецензирование всех статей. Журнал не взимает платы с авторов за публикацию статей.

Формально электронный журнал ничем не отличается от конвенционального бумажного издания. В нем есть редакционный совет и постоянный состав редакционных сотрудников (отв. секретарь журнала – З.В. Котельникова), имеет ISSN 1726-3247, зарегистрирован в Министерстве печати (Эл № 77-8029), с 2009 г. включен в РИНЦ,

а в 2010 г. в числе первой группы электронных журналов вошел в список журналов ВАК РФ.

Журнал выпускается 5 раз в год: в январе, марте, мае, сентябре и ноябре. Его отличает скрупулезная точность выхода: каждый номер выходит в третью декаду заявленного месяца. Ни один номер за 11 лет не опоздал ни на один день.

Ежегодно, начиная с 2006 г., журналом проводится общероссийский конкурс работ региональных и начинающих авторов. Работы авторов, занявших первые и вторые места, публикуются в журнале.

По данным РИНЦ (2009 г.), импакт-фактор журнала равен 0,189 и занимал 4-е место среди специализированных социологических изданий (если убрать «шумы» из этого списка), пропустив вперед «Мир России», «Регион: Экономика и социология» и «Журнал исследований социальной политики» и обойдя многие другие сильные социологические издания.

Опыт измерения читательской аудитории

Электронный формат журнала позволяет сформировать относительно детальные представления о читательской аудитории: объеме, структуре по разным показателям, следить за динамикой по годам, проследить с этой точки зрения судьбу каждого отдельного номера или отдельного материала (если номера «разрезаны»). Приведем наиболее значимые данные о посетителях сайта журнала «Экономическая социология» и его читательской аудитории.

Численность посетителей журнального сайта имеет относительно устойчивую тенденцию к росту, увеличиваясь в полтора раза в год.

За время издания журнала среднемесячная посещаемость сайта выросла с 500 до более чем 4 тыс. уникальных посетителей. В этой посещаемости прослеживаются четкие сезонные колебания с провалом в июле–августе (в эти месяцы журнал не выходит) и пиками в мае и декабре каждого года (накануне студенческих сессий).

Постепенно растет и читательская аудитория журнала. Тираж журнала увеличивается накопительным итогом. В первый месяц после выхода каждый номер скачивают до 1 тыс. человек. За год эта цифра вырастает в среднем до 2,5 тыс., за два года – до 4,5–5 тыс., за пять лет он выходит на уровень 5–7 тыс. скачиваний (в зависимости от номера). Несколько номеров-лидеров приближаются к восьмисотой отметке. Средний тираж, спустя год после выхода журнала, постепенно растет.

Географический срез читательской аудитории разделяет ее на три близкие по размеру части: Москва, российские регионы, читатели из других стран (ближнее и дальнее зарубежье делятся примерно пополам). В ближнем зарубежье выделяются Украина, Беларусь и Казахстан, в дальнем – США, Канада, Болгария, Германия.

Будущее журнала

Несмотря на наличие необходимых для издания «бумажного» варианта финансовых ресурсов, журнал будет оставаться электронным проектом. Жизнь не стоит на месте, и многое в работе журнала вскоре изменится.

Завершился первый десятилетний цикл издания журнала. И мы считаем, что основная функция этого периода – просветительская – успешно выполнена. Экономическая социология институционализована как профессио-

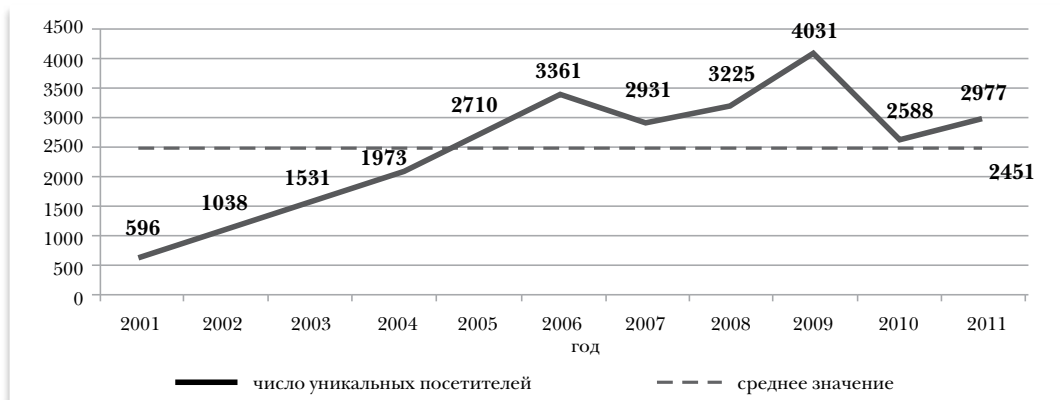


Рис. 1

Среднемесячная посещаемость сайта (число уникальных адресов)

Примечание. Временное падение числа посещений в 2010 г. вызвано пробелами статистического учета в связи с переводом журнала на другую технологическую платформу.

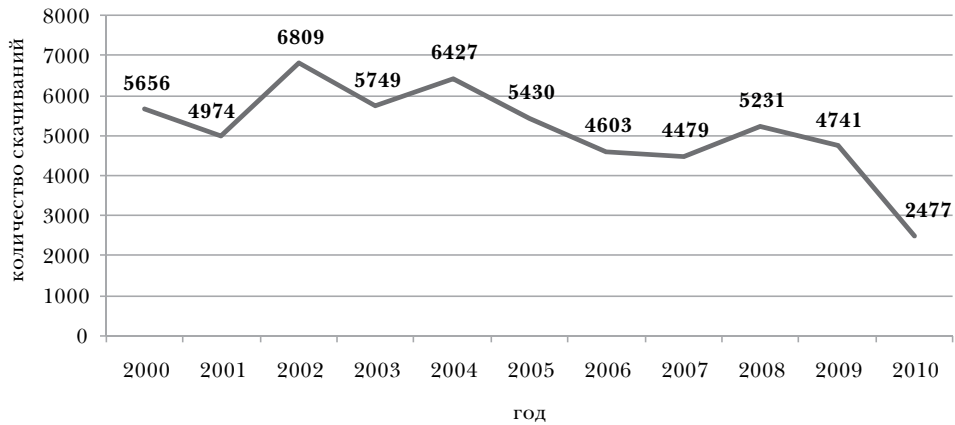


Рис. 2

Средний тираж журналов одного года на 17.12.2011 (накопительный итог)

Примечание. Счетчик был поставлен в 2001 г. Полное число скачиваний номеров за 2000–2001 гг. в действительности несколько больше.

нальная дисциплина. Сделано множество переводов работ классических и современных зарубежных текстов, что позволило ввести в оборот ключевые термины и концепции, сформировать профессиональный язык для русскоязычной аудитории. Создан корпус текстов, отражающих результаты теоретических и эмпирических исследований русскоязычных авторов. При сохранении просветительского элемента своей деятельности журнал должен в ближайшие несколько лет перейти на новый уровень работы и решать иные профессиональные задачи.

В качестве ключевого ориентира на ближайшую перспективу определена задача интернационализации журнала «Экономическая социология» – будет создаваться международный редакционный совет журнала; не для фор-

мального включения выдающихся имен, а для изменения формата деятельности журнала путем активного включения наших зарубежных коллег, работающих на русском языке, в его деятельность.

Журнал будет уделять большее внимание текущим исследованиям, проводимым в международном профессиональном сообществе. Поскольку число российских авторов, выдерживающих предложенные стандарты академических текстов, остается довольно небольшим, планируется расширять круг авторов за счет исследователей из разных стран. Более активно будут публиковаться тексты из смежных дисциплин – неинституциональной экономической теории, антропологии, экономической психологии и других областей, которые могут представлять интерес для экономосоциологов.

Поступила в редакцию 16 декабря 2011 г.